

## BAB II TINJAUAN PENCIPTAAN KARYA

### *2.1 New Media*

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten media. Konsep *new media* merujuk pada medium berbasis teknologi digital, interaktivitas, jaringan internet, serta kemampuan penciptaan dan penyebaran konten oleh pengguna. Menurut (Manovich, 2001), *new media* memiliki karakteristik utama seperti numerisasi (digitalisasi), modularitas, automasi, variabilitas, dan transkodifikasi, yang membuat proses produksi dan distribusi konten menjadi lebih dinamis, fleksibel, dan terdesentralisasi. Hal ini mempengaruhi berbagai industri kreatif, termasuk industri musik *hardcore* yang kini bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap medium digital.

Dalam konteks konsumsi media, (Jenkins, 2006) memperkenalkan gagasan *convergence culture*, yakni kondisi ketika batas antara produsen dan konsumen menjadi kabur. Audiens tidak lagi sekadar penerima pesan, tetapi juga ikut mendistribusikan konten, berpartisipasi dalam percakapan, dan turut membangun visibilitas kreator. Fenomena ini tampak jelas dalam distribusi musik video *hardcore* yang banyak dibagikan melalui YouTube, Instagram Reels, TikTok, dan platform komunitas. Pengguna dapat mengunggah ulang, membuat ulasan, atau membagikan potongan musik video, sehingga penyebaran konten tidak hanya dikendalikan produser tetapi juga oleh audiens sebagai *active participants*. Mekanisme ini mempercepat proses promosi sekaligus memperluas jangkauan band secara organik.

Karakter interaktif new media juga memengaruhi cara musisi dan produser membangun relasi dengan audiens. Menurut (Lister et al., 2009), new media memungkinkan komunikasi dua arah yang bersifat *real-time*, memberi peluang bagi musisi independen untuk membangun kedekatan emosional dengan penggemar melalui komentar, pesan langsung, maupun konten interaktif. Bagi band *hardcore* seperti Still Broken, interaksi ini sangat penting karena komunitas menjadi fondasi utama budaya *hardcore*. Media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi

juga ruang membangun solidaritas, berbagi nilai, serta memperkuat identitas subkultur yang melekat pada genre ini.

Selain aspek interaksi, *new media* juga membawa perubahan pada pola distribusi karya musik. Distribusi tidak lagi mengandalkan label besar atau media tradisional, tetapi dapat dilakukan secara mandiri melalui platform digital. (Hesmondhalgh, 2013) menegaskan bahwa produksi dan distribusi musik kini semakin “demokratis” karena musisi independen memiliki akses yang sama terhadap ruang publik digital. Musik video menjadi bagian penting dalam ekosistem ini karena mampu menyatukan aspek audio, visual, dan performativitas secara efektif. Melalui *new media*, sebuah musik video dapat dirilis secara global dengan biaya minimal namun dampak signifikan terhadap eksposur band.

Perkembangan *new media* juga menggiring perubahan dalam strategi produksi musik video. Produser kini tidak hanya berperan sebagai pengelola proses kreatif dan teknis, tetapi juga dituntut memahami cara kerja platform digital agar video yang dirilis sesuai dengan algoritma, preferensi audiens, dan karakter platform. (Vernallis, 2004) menjelaskan bahwa estetika musik video modern sangat dipengaruhi oleh gagasan visual digital seperti ritme cepat, warna kontras, dan montase dinamis yang selaras dengan pola konsumsi media saat ini. Bagi produser musik video *hardcore*, pemahaman ini menjadi penting untuk memastikan karya tidak hanya kuat secara artistik tetapi juga efektif secara promosi dan distribusi.

Dengan demikian, kajian *new media* memberikan landasan teoretis penting untuk memahami strategi produksi musik video “*Both Sides*” oleh Still Broken. Teknologi digital tidak hanya mengubah cara musik video dibuat dan didistribusikan, tetapi juga membuka peluang industri baru bagi band *hardcore* melalui promosi mandiri, interaksi komunitas, dan jangkauan audiens global. Melalui pemanfaatan *new media*, karya ini mampu berfungsi sebagai medium artistik sekaligus sebagai alat yang strategis dalam memperluas eksistensi band di industri musik independen.

## 2.2 Pengertian Musik Video

Musik video merupakan bentuk ekspresi audio visual yang menggabungkan elemen musik dan gambar bergerak untuk menciptakan pengalaman artistik dan

naratif yang utuh. Keberadaan musik video memungkinkan seniman musik untuk memperluas jangkauan makna lagunya melalui interpretasi visual yang dikemas dengan estetika khas. Tidak hanya sebagai pelengkap lagu, musik video juga menjadi karya tersendiri yang dapat menampilkan gaya, ideologi, dan identitas dari musisi yang bersangkutan.

Musik video adalah bentuk audiovisual yang menekankan performativitas, visualisasi lirik, dan narasi yang fleksibel, berbeda dari film konvensional (Vernallis, 2004). Hal ini menunjukkan bahwa musik video memiliki kekuatan naratif tersendiri yang tidak harus terpaku pada logika cerita linear seperti pada film. Melalui visualisasi tersebut, musik video memberi ruang pada simbolisme, imaji yang eksperimental, dan ekspresi artistik yang intens. Dengan demikian, musik video dapat dipandang sebagai bahasa visual yang merdeka dan komunikatif dalam ranah budaya populer.

Musik video juga merupakan salah satu bentuk media yang bersifat audiovisual dan tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat representasi yang mampu menyampaikan pesan budaya, identitas, dan nilai-nilai tertentu (Fatonah dan Suyuti, 2023). Musik video memungkinkan pencipta untuk mengonstruksi makna melalui kombinasi visual, simbol, dan narasi yang menyatu dengan musik, sehingga menjadikannya medium yang efektif dalam menyampaikan pesan sosial maupun estetika. Dengan kata lain, video musik bukan hanya visualisasi lagu, tetapi juga menjadi ruang untuk menyuarakan ideologi, ekspresi kolektif, dan kritik sosial secara simbolik.

Dalam konteks ini, musik video Still Broken - "*Both Sides*" menjadi contoh nyata dari fungsi representatif tersebut. Band ini memanfaatkan musik video sebagai alat komunikasi visual untuk menyampaikan nilai-nilai khas subkultur *groovy hardcore* seperti *fun*, *funky* dan *energik*. Hal ini menegaskan bahwa musik video ini bukan hanya pelengkap musik, tetapi juga sebagai media representasi identitas band itu sendiri.

Musik video juga berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas artistik dari musisi. Melalui visual yang ditampilkan, band dapat menunjukkan gaya, tema, dan nilai-nilai yang ingin mereka sampaikan kepada audiens. Hal ini menjadikan musik video sebagai platform yang kuat untuk membangun citra publik

dan memperkuat hubungan emosional dengan penggemar. Dengan demikian, produksi musik video bukan hanya sekadar proses teknis, tetapi juga merupakan perjalanan kreatif yang melibatkan banyak aspek.

Secara keseluruhan, produksi musik video adalah kombinasi dari seni dan teknik yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman audiovisual yang menarik. Dengan memahami proses ini, kita dapat lebih menghargai kompleksitas dan keindahan yang terkandung dalam setiap musik video yang dihasilkan.

### **2.3 Industri Musik Video**

Industri video musik merupakan bagian dari industri kreatif yang menggabungkan unsur musik, audiovisual, dan strategi distribusi media. Sejak kemunculan televisi musik seperti MTV pada era 1980-an, video musik berkembang sebagai medium promosi utama bagi musisi untuk membangun citra dan menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, seiring perkembangan teknologi digital, industri video musik mengalami pergeseran signifikan dari media konvensional menuju platform berbasis internet seperti YouTube dan media sosial. Perubahan ini membuka peluang baru bagi musisi dan produser, khususnya dari ranah independen, untuk memproduksi dan mendistribusikan video musik tanpa ketergantungan pada label besar.

Dalam konteks industri modern, video musik tidak lagi dipandang semata sebagai pelengkap lagu, tetapi sebagai produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi, promosi, dan branding. Menurut (Vernallis, 2004), video musik berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas artistik musisi melalui representasi visual yang konsisten dan berkarakter. Hal ini menjadikan video musik sebagai alat strategis dalam persaingan industri musik yang semakin padat, karena audiens cenderung tertarik pada karya yang tidak hanya kuat secara audio, tetapi juga menarik secara visual.

Perkembangan platform digital turut mengubah struktur kerja dalam industri video musik. Produser kini memiliki peran yang lebih luas, tidak hanya mengelola proses produksi, tetapi juga memahami kebutuhan pasar, karakter platform distribusi, serta perilaku audiens. (Jenkins, 2006) menjelaskan bahwa dalam budaya media konvergensi, penyebaran konten sangat dipengaruhi oleh

partisipasi audiens. Oleh karena itu, video musik harus dirancang agar mudah dibagikan, relevan dengan target audiens, dan mampu membangun keterlibatan (*engagement*). Dalam industri video musik independen, strategi ini menjadi sangat penting karena keterbatasan sumber daya harus diimbangi dengan kreativitas dan perencanaan yang matang.

Bagi genre musik *hardcore*, industri video musik memiliki karakteristik tersendiri. Video musik *hardcore* umumnya menampilkan visual yang intens, ekspresif, dan menekankan energi performatif sebagai representasi dari karakter musiknya. Hal ini menuntut produser untuk mampu menjaga keseimbangan antara keaslian subkultur *hardcore* dengan tuntutan industri digital yang mengedepankan daya tarik visual dan distribusi luas. Dengan demikian, industri video musik menjadi ruang strategis bagi band *hardcore* seperti Still Broken untuk memperkuat identitas, meningkatkan eksistensi, serta membuka peluang promosi dan distribusi di tingkat yang lebih luas.

#### **2.4 Media Sosial dalam Distribusi Karya Audio Visual**

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara karya audio visual diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh audiens. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media distribusi dan promosi yang efektif bagi industri kreatif, termasuk musik dan musik video. (Kaplan & Haenlein, 2010) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten oleh pengguna.

Dalam konteks musik video, media sosial memberikan ruang bagi musisi dan tim produksi untuk mendistribusikan karya secara langsung kepada audiens tanpa bergantung sepenuhnya pada media konvensional. Bagi produser, media sosial menjadi alat strategis untuk memperluas jangkauan distribusi, membangun citra visual band, serta menjalin interaksi dengan audiens secara lebih intensif.

#### A. YouTube sebagai Media Distribusi Musik Video

YouTube merupakan salah satu platform media sosial berbasis video yang paling dominan dalam distribusi musik video secara global. (Burgess & Green, 2010) menyatakan bahwa YouTube telah berkembang menjadi ruang budaya populer yang berperan penting dalam produksi dan sirkulasi konten audio visual, termasuk musik video. Platform ini memungkinkan karya musik video diakses oleh audiens luas tanpa batasan geografis dan waktu.

Sebagai media distribusi, YouTube memiliki karakteristik yang mendukung keberlangsungan karya musik video, seperti durasi video yang fleksibel, kualitas visual yang dapat disesuaikan, serta sistem algoritma yang membantu penyebaran konten berdasarkan minat audiens. Bagi produser, YouTube menjadi media utama untuk menampilkan karya secara utuh dan profesional, sekaligus sebagai portofolio visual yang dapat diakses oleh calon klien atau pihak industri.

Selain itu, YouTube juga menyediakan fitur analitik yang memungkinkan produser dan musisi untuk memantau performa musik video, seperti jumlah penonton, durasi tonton, serta respons audiens. Data ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam perencanaan produksi dan distribusi karya selanjutnya.

#### B. Instagram sebagai Media Promosi dan Pendukung Distribusi

Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang berfokus pada konten gambar dan video berdurasi pendek. Menurut (Kietzmann et al., 2011), media sosial berperan sebagai sarana interaksi dan representasi identitas yang memungkinkan pengguna membangun hubungan dengan audiens melalui konten visual. Dalam industri musik, Instagram banyak dimanfaatkan sebagai media promosi yang mendukung distribusi karya utama, termasuk musik video.

Dalam konteks produksi musik video, Instagram berfungsi sebagai media pendukung untuk membangun antisipasi dan ketertarikan audiens

sebelum dan sesudah perilisan karya. Konten seperti potongan adegan (*teaser*), foto di balik layar (*behind the scenes*), serta cuplikan proses produksi dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat citra visual band.

Bagi produser, Instagram menjadi media strategis untuk mengelola komunikasi visual dan promosi karya secara berkelanjutan. Penggunaan Instagram juga memungkinkan produser untuk menjangkau komunitas dan segmen audiens yang lebih spesifik, termasuk komunitas musik hardcore yang aktif di media sosial.

## 2.5 Perkembangan Musik *Hardcore*

Musik *hardcore* merupakan *subgenre* dari *punk rock* yang muncul pada akhir 1970-an di Amerika Serikat sebagai bentuk ekspresi perlawanan terhadap tekanan sosial, politik, serta komersialisasi industri musik. *Hardcore* memiliki karakter musik yang lebih cepat, lebih keras, dan lebih agresif dibandingkan *punk*, dengan vokal lantang dan lirik yang sering menyinggung isu sosial seperti ketidakadilan, moralitas, hingga pergulatan batin individu. Menurut (Glasper, 2014), *hardcore* tidak hanya berdiri sebagai estetika musik, melainkan juga identitas kolektif yang dibangun melalui komunitas.

Secara kultural, *hardcore* mengedepankan nilai kejujuran, ekspresi tanpa sensor, dan daya perlawanan. Hal ini menjadikan *hardcore* bukan genre yang mengejar arus komersial, melainkan sebagai wadah alternatif bagi generasi muda yang ingin bersuara tentang keresahan sosial. (Berger, 1999) menjelaskan bahwa subkultur musik seperti *punk-hardcore* merupakan bentuk *cultural resistance* yang menolak dominasi budaya populer dan sistem industri kapitalistik. Itulah sebabnya skena *hardcore* berkembang kuat pada ruang-ruang komunitas seperti gigs kecil, studio rumahan, hingga festival mandiri.

Dalam perkembangannya, muncul subgenre seperti *groovy hardcore*, yang menghadirkan struktur ritme yang lebih menarik dan dinamis tanpa meninggalkan kekuatan energi khas *hardcore*. Gaya ini memberikan ruang lebih luas untuk eksplorasi musikal, sekaligus menjangkau audiens yang lebih beragam. Walaupun

terdengar lebih “ramah”, *groovy hardcore* tetap membawa pesan sosial yang kuat dan mempertahankan nilai-nilai komunitas yang otentik.

Fenomena ini menunjukkan bahwa evolusi dalam genre *hardcore* bukanlah bentuk kompromi total terhadap industri, melainkan strategi adaptif untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas jangkauan. Komunitas *hardcore* tetap mengatur jalannya produksi dan distribusi musik secara mandiri melalui kolektif, gigs komunitas, serta kanal independen. Identitas dan nilai-nilai yang diusung tidak serta-merta hilang, tetapi mengalami transformasi sesuai konteks zaman. Seperti yang diungkapkan oleh (Windhiarto, 2024), genre *hardcore* di Indonesia memiliki watak khas sebagai respons terhadap tekanan budaya dominan yang homogen dan komersial.

## 2.6 Aspek Manajerial *POAC* dalam Produksi Musik Video

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan *planning, organizing, actuating, dan controlling* yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Hill & McShane, 2006).

Konsep *POAC* (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) menjadi salah satu pendekatan manajerial yang paling banyak digunakan karena bersifat sistematis dan aplikatif dalam berbagai bidang, termasuk industri kreatif dan produksi audio visual. Dalam konteks produksi musik video, *POAC* berfungsi sebagai kerangka kerja bagi produser dalam mengelola proses produksi agar berjalan terstruktur, terkoordinasi, dan terkontrol.

### A. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan merupakan fungsi awal dalam manajemen yang menentukan arah, tujuan, serta langkah kerja yang akan dilakukan. Menurut (Hill & McShane, 2006), *planning* adalah proses menetapkan tujuan dan menentukan cara terbaik untuk mencapainya. Dalam produksi musik video, perencanaan mencakup penentuan konsep visual, penyusunan jadwal

produksi, perencanaan anggaran, pemilihan lokasi, serta perencanaan kebutuhan teknis dan non-teknis.

(Robbins et al., 2012) menjelaskan bahwa perencanaan membantu organisasi mengurangi ketidakpastian dengan memaksa manajer untuk melihat ke depan dan mengantisipasi perubahan. Bagi seorang produser musik video, perencanaan yang matang menjadi dasar penting untuk meminimalkan risiko keterlambatan, pembengkakan anggaran, dan kendala teknis selama proses produksi.

Dengan perencanaan yang jelas, produser dapat menyelaraskan visi artistik band dengan kemampuan produksi yang dimiliki sehingga karya yang dihasilkan tetap sesuai tujuan kreatif dan manajerial.

#### B. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur kerja dan pembagian tugas kepada individu atau divisi yang terlibat dalam produksi. (Hill & McShane, 2006) mendefinisikan *organizing* sebagai proses pengelompokan kegiatan, penentuan wewenang, serta pengaturan hubungan kerja agar tujuan dapat tercapai secara efektif.

Dalam produksi musik video, pengorganisasian dilakukan dengan membentuk tim produksi yang terdiri dari berbagai divisi seperti sutradara, kameramen, penata artistik, editor, serta kru pendukung lainnya. Produser berperan penting dalam menentukan struktur tim, pembagian tugas, serta jalur komunikasi antar divisi.

Menurut (Daft, 2021), pengorganisasian yang baik akan menciptakan kejelasan peran dan tanggung jawab, sehingga setiap individu dapat bekerja secara optimal. Hal ini sangat penting dalam produksi musik video yang melibatkan banyak pihak dengan waktu kerja yang terbatas.

#### C. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating merupakan tahap pelaksanaan dari seluruh rencana dan struktur kerja yang telah disusun. (Hill & McShane, 2006) menjelaskan

bahwa *actuating* adalah usaha untuk menggerakkan anggota organisasi agar mau dan mampu bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Dalam konteks produksi musik video, tahap *actuating* diwujudkan melalui proses shooting dan koordinasi kerja di lapangan. Produser bertindak sebagai penggerak utama yang memastikan setiap divisi menjalankan tugasnya sesuai dengan jadwal dan konsep produksi. Selain itu, produser juga dituntut untuk mampu mengambil keputusan cepat apabila terjadi kendala teknis maupun non-teknis selama proses produksi berlangsung.

(Robbins & Judge, 2013) menyatakan bahwa keberhasilan pelaksanaan kerja sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemimpin dalam berkomunikasi dan memotivasi tim. Oleh karena itu, kemampuan produser dalam mengoordinasikan kru menjadi faktor kunci dalam keberhasilan produksi musik video.

#### D. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang bertujuan untuk memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Menurut (Hill & McShane, 2006), *controlling* adalah proses menentukan standar, mengukur pelaksanaan, serta melakukan tindakan korektif apabila terjadi penyimpangan.

Dalam produksi musik video, pengawasan dilakukan oleh produser terhadap penggunaan anggaran, kualitas visual hasil shooting, serta pencapaian target produksi. Pengawasan tidak hanya dilakukan selama tahap produksi, tetapi juga berlanjut hingga tahap pascaproduksi, seperti proses editing dan finalisasi karya.

(Daft, 2021) menekankan bahwa pengawasan berfungsi sebagai alat evaluasi untuk meningkatkan efektivitas kerja organisasi. Melalui fungsi *controlling*, produser dapat memastikan bahwa hasil akhir musik video sesuai dengan konsep awal dan tujuan pengkaryaan.

## 2.7 Distribusi, Promosi, dan Peluang Musik Video *Hardcore* bagi Produser

Perkembangan media digital telah menghadirkan perubahan besar dalam cara musik video diproduksi, didistribusikan, dan dipromosikan. Distribusi yang sebelumnya bergantung pada media televisi dan label rekaman kini beralih pada platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram yang memberikan akses global dan tidak memerlukan biaya besar. (Groover Blog, 2024) menjelaskan bahwa distribusi digital menjadi pintu utama dalam memperkenalkan karya musik kepada khalayak yang lebih luas dan beragam melalui sistem streaming serta konten berbasis video online. Dengan memahami mekanisme distribusi ini mulai dari metadata, segmentasi audiens, hingga waktu rilis produser dapat memastikan karya musik video memiliki jangkauan yang optimal pada target audiens yang tepat.

Selain distribusi, kegiatan promosi menjadi elemen penting dalam penguatan visibilitas musik video *hardcore*. Musik video merupakan alat promosi yang kuat karena memadukan *brand image* artis, konsep visual, dan pengalaman emosional yang dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap musik (Adobe Communications Team, 2021). Hal ini sejalan dengan strategi promosi digital yang memanfaatkan konten pendukung seperti *teaser*, *behind-the-scenes*, interaksi media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas atau *influencer* di ranah musik. Bagi band *hardcore*, dukungan komunitas dan skena lokal menjadi keunggulan yang dapat dioptimalkan dalam strategi promosi, karena adanya ikatan emosional dan rasa solidaritas yang kuat dalam kultur *hardcore*.

Pada saat yang sama, transformasi digital membuka peluang baru bagi band dan produser musik video. Model distribusi *direct-to-fan* memungkinkan musisi menjangkau pendengarnya secara mandiri tanpa ketergantungan pada label besar maupun media konvensional. Sistem ini memberi keuntungan berupa kebebasan ekspresi, penguatan identitas subkultur, hingga potensi peningkatan nilai ekonomi melalui monetisasi konten serta kolaborasi lintas komunitas. Produser memiliki peran strategis tidak hanya dalam aspek kreatif seperti penyusunan konsep dan pengendalian produksi, tetapi juga dalam merancang strategi rilis dan promosi yang selaras dengan perilaku audiens di era media digital untuk memaksimalkan eksistensi band dalam industri.

Dengan demikian, produksi musik video *hardcore* seperti karya Still Broken “*Both Sides*” bukan hanya sebuah kegiatan artistik, tetapi juga langkah strategis dalam memanfaatkan peluang industri melalui distribusi digital, penguatan aktivitas promosi, dan perluasan jaringan audiens. Peran produser menjadi sangat vital dalam proses ini, karena produser berada pada posisi yang menghubungkan aspek estetika musik video dengan tujuan distribusi dan pemasaran yang lebih luas dalam industri musik independen.

## **2.8 Peran Produser dalam Pembuatan Musik Video *Hardcore***

Dalam proses produksi musik video *hardcore*, peran produser sangat krusial karena tidak hanya bertindak sebagai pengatur logistik, namun juga turut menentukan arah kreatif dari karya visual yang dihasilkan. Produser berfungsi sebagai jembatan antara visi artistik musisi dengan aspek teknis dan sumber daya produksi yang tersedia. Ia memastikan bahwa ide-ide konseptual dapat diterjemahkan menjadi bentuk visual yang konsisten dan menarik.

Produser memiliki tanggung jawab dalam merancang proses produksi dari awal hingga akhir, termasuk dalam penyusunan konsep, pemilihan kru, penjadwalan, pengelolaan anggaran, dan supervisi selama pengambilan gambar maupun pasca produksi (Putri, 2020). Dengan pengawasan yang ketat dari seorang produser, setiap tahapan produksi menjadi lebih efisien dan terarah.

Dalam produksi musik video Still Broken - “*Both Sides*”, produser memainkan peran strategis dalam menyelaraskan konten visual dengan nilai-nilai *hardcore* yang menjadi identitas band. Hal ini tercermin dalam pemilihan elemen visual seperti nuansa warna, lokasi syuting yang mendukung atmosfer keras dan kelam, serta ritme pengeditan yang agresif untuk memperkuat dinamika musik.

Lebih dari itu, produser juga bertindak sebagai penjaga integritas artistik. Ia harus mampu menyeimbangkan antara idealisme band dan realitas produksi yang dihadapi di lapangan. Hal ini menuntut kecermatan dalam mengambil keputusan serta kepekaan terhadap estetika visual agar pesan dari lagu dapat tersampaikan secara maksimal.

Dengan memahami peran produser secara menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan sebuah musik video tidak hanya ditentukan oleh sutradara atau

artis, tetapi sangat bergantung pada kemampuan produser dalam mengelola dan menyatukan semua elemen produksi menjadi satu kesatuan karya yang utuh dan komunikatif.

## 2.9 Tahapan Produksi Musik Video

Proses produksi musik video Still Broken - “*Both Sides*” mengikuti alur kerja produksi audiovisual yang terdiri dari tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahapan teknis produksi video klip adalah seperti berikut:

### 1. Pra-Produksi

Tahap ini merupakan fondasi dari keseluruhan proses produksi. Di dalamnya terdapat penyusunan konsep visual, perumusan narasi yang selaras dengan pesan lagu, dan pengembangan storyboard sebagai acuan teknis. Produser bertanggung jawab dalam menyusun jadwal, melakukan scouting lokasi, serta merekrut kru. Kolaborasi erat antara produser, sutradara, dan band sangat penting pada tahap ini agar konsep artistik dapat direalisasikan secara teknis.

### 2. Produksi

Fase produksi adalah pelaksanaan dari semua rencana yang telah disusun. Pengambilan gambar dilakukan dengan mengikuti struktur yang tertuang dalam storyboard. Lokasi-lokasi yang dipilih seperti ruang publik terbuka dan tempat industrial mendukung representasi visual genre *hardcore* yang dinamis dan ekspresif. Produser memastikan bahwa kegiatan shooting berjalan sesuai jadwal, mengawasi distribusi tugas kru, serta mengelola kendala teknis yang mungkin muncul di lapangan. Peran ini krusial untuk menjaga efisiensi waktu dan kualitas gambar.

### 3. Pascaproduksi

Pasca produksi mencakup proses penyuntingan video, sinkronisasi dengan audio, penambahan efek visual jika dibutuhkan,

serta color grading untuk menciptakan tone yang sesuai dengan karakter musik Still Broken, editing dilakukan dengan konsep yang sesuai dengan nuansa *groovy hardcore*. Produser tetap terlibat dalam pengawasan agar hasil akhir sejalan dengan visi artistik band dan pesan sosial yang ingin disampaikan.

## 2.10 Review Musik Video Sejenis



Gambar 2.1 Shoot dalam MV Slope - Freak Dreams

Dalam penulisan ini, musik video *Slope - Freak Dreams* dijadikan salah satu referensi untuk memahami bagaimana sebuah karya visual mampu mendukung karakter musik bergenre *hardcore* dengan pendekatan yang khas. Musik video ini dipilih karena menampilkan perpaduan antara energi agresif *hardcore* dengan elemen *crossover*, *funk*, dan *punk* yang divisualisasikan melalui performa band, pencahayaan, serta gaya editing yang dinamis. Dengan mengkaji kelebihan dan kekurangan musik video tersebut, penulis dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai strategi visual dan estetika yang dapat dijadikan acuan dalam perencanaan musik video band Still Broken, sehingga analisis ini memiliki relevansi yang kuat sebagai bahan perbandingan.

Musik video *Slope - Freak Dreams* hadir sebagai representasi visual dari album terbaru mereka yang memadukan *hardcore* dengan sentuhan *crossover*, *funk*, *punk*, dan *hip-hop*. Secara keseluruhan, musik video ini berhasil menampilkan

energi dan keaslian band melalui ekspresi vokal, permainan instrumen, serta sikap panggung yang kuat, sehingga penonton dapat merasakan intensitas musik yang dibawakan. Visual yang digunakan, seperti pencahayaan dramatis, editing cepat saat bagian *breakdown*, serta warna kontras, semakin mempertegas suasana lagu dan membuat musik video terasa dinamis. Selain itu, adanya penggabungan genre dan eksperimen dalam musik juga diikuti oleh perubahan ritme visual, yang menjadikan tayangan tidak monoton serta mampu menarik audiens lebih luas, bukan hanya dari kalangan penggemar *hardcore*.

